

Comunicación gráfica

Elda Emma LOBO VÁZQUEZ
Colegio de Diseño Gráfico BUAP, México

Recibido: 5 septiembre 2015

Aceptado: 12 octubre 2015

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, la comunicación ha sido un tema estudiado en diferentes disciplinas como psicología, sociología, literatura, entre otras.

Es el modo como el ser humano se relaciona a partir del intercambio de información, donde cada persona posee una manera propia de comunicarse, buscando siempre llegar a un entendimiento entre individuos a partir de poner en común la manera de expresar ideas y sentimientos.

El diseño gráfico no ha sido la excepción, hoy en día el diseño se puede encontrar en diferentes contextos donde se encuentra inmerso el ser humano, considerando la comunicación una de las principales características de la actividad humana y que ha sido la génesis de la evolución de la humanidad.

Bajo esta condición, el diseñador ofrece soluciones a problemas de comunicación de carácter visual. El resultado se obtiene a partir de elementos gráficos visuales con características estéticas y funcionales que comunican un mensaje claro y específico a partir de las leyes y premisas propias de la disciplina. Es por eso que, al igual que el diseño, la comunicación utiliza el medio adecuado para manifestarse a partir de un proceso de interpretación y traducción de elementos del lenguaje de la cultura.

DESARROLLO

Dentro de la comunicación existe un esquema de relaciones que promueven la identidad de condiciones entre emisor y receptor, y la posibilidad de oír unos a otros.

La comunicación gráfica es todo medio por el cual se transmite un mensaje de manera visual. Es un proceso de transmitir ideas o símbolos que adquieren el mismo significado, manejando códigos específicos que mantienen en común acuerdo para poder interrelacionarse entre sí a partir del uso del lenguaje visual que tiene como objetivo transmitir información, influir en otros en actitudes, ideas y acciones, considerando los elementos básicos que intervienen en el proceso de comunicación.

El lenguaje visual es entonces la comunicación de un significado por medio de medios visuales o audiovisuales. Es un lenguaje elemental de imágenes, preciso y universal porque ignora los límites del idioma, del vocabulario y gramática (Quintana Orozco y Silva Molina, 2011).

De acuerdo con Tena (2005) todo producto de comunicación gráfica conlleva un proceso que transmite información de un emisor a un receptor, siendo el emisor quien construye el mensaje y el receptor que es parte de un público objetivo que recibe el mensaje y del cual se busca respuesta ante este mensaje, por lo que no solo se trata de la construcción del producto gráfico, sino de la estructura que se le dé al mensaje, de acuerdo a los recursos que tiene el receptor para decodificar, de lo contrario, habrá parte del mensaje que pasará inadvertido

Para que esto se dé, es necesario recordar que el mensaje en el diseño de la comunicación gráfica está compuesto por:

- Un contenido, que es el elemento principal para el receptor
- Un argumento, que le da sustento al mensaje, y que debe ser coherente y consistente con lo que se quiere comunicar
- Una configuración, que le da estructura al mensaje

Ahora bien, el mensaje como resultado del proceso, contiene los elementos apropiados de acuerdo al contexto, a grupos de personas específicos. Son aplicados a partir del uso del lenguaje visual que comprende el espacio, las formas, el color, la tipografía, texturas e imágenes y la sintaxis visual que trabaja en la organización de esos elementos que construyen el mensaje.

[...] sostenemos que lo visual, si bien no configura un lenguaje articulado como el lenguaje verbal, tiene el mismo poder de generación de mensajes. La carga semántica que introduce el discurso visual hace de este un arma poderosa en cualquier esquema de comunicación (Quintana Orozco y Silva Molina, 2011)

Los medios de producción, los cambios tecnológicos y la influencia de los medios de comunicación, proporcionan recursos en la construcción del concepto, del proyecto comunicativo y de las imágenes resultantes: imágenes que se construyen sobre la interacción entre las imágenes mentales y las imágenes externas, como resultado del proyecto comunicativo.

Cuando se habla de los recursos que se utilizan la comunicación gráfica, se abre una amplia gama de técnicas y soluciones, sin dejar de lado un aspecto muy importante: las características socio-culturales del medio en el que se difundirá el mismo.

Se busca que el mensaje sea entendido mediante una imagen fácil de entender, que haga referencia a algo con lo que el espectador se sienta familiarizado y por ello se le haga fácil consumirla y apropiarse de ella, hacerla parte de su cotidianidad.

Por lo tanto, la imagen debe ser clara, coherente y sin dificultad alguna, que se utilice información fácil de entender, que tenga relación con el medio donde se difundirá el

mensaje: la identidad de una sociedad es clave para la transición de mensaje que capture la atención del público con gran facilidad.

El diseño, al emplear rasgos distintivos de la identidad del medio no solo transmite su mensaje de manera eficaz, sino que también transmite valores. De esta manera muestra su interés por comunicar, manteniendo una dinámica social de acuerdo a su contexto y sus códigos, trabajando de manera interdisciplinar con diferentes áreas como la arquitectura que también maneja su propio lenguaje a partir de los conceptos, espacios y experiencias que otorga al usuario.

CONCLUSIONES

La comunicación gráfica tiene como propósito transferir mensajes, que expresen algo para ser decodificados y codificados, captados e impulsados por la mente.

Cada uno de los sujetos involucrados en un acto comunicativo, tiene la facultad de darse a entender por medio de un sistema de signos como acto individual. Cuando este sistema de signos, señales y códigos con los que el hombre manifiesta lo que piensa y siente es el lenguaje.

Se origina cuando los sentidos perciben el mundo exterior otorgándole un sentido determinado, a este proceso le llamamos visualizar. Es a partir de la comunicación gráfica, donde los objetos adquieren una imagen significada; el mundo de lo visual se declara en la medida en que el individuo capta y codifica los diferentes componentes de su realidad.

A partir de la necesidad del ser humano de vivir, percibir y entender la realidad, como una manera de relacionarse con el mundo, se origina el lenguaje visual, que facilita el proceso de captar y procesar mentalmente algo percibido, internalizándolo y archivándolo como conocimiento reutilizable en el momento de una acción en determinado contexto.

La comunicación gráfica es, entonces, un proceso de interacción apoyado en un lenguaje visual, y su signo característico es 'la imagen', entendida como la interrelación entre expresión y percepción.

REFERENCIAS

Quintana Orozco, R., y Silva Molina, F. (2011). *Teoría de la comunicación. Introducción al Estudio de la Comunicación*. Recuperado el 24 de abril de 2014, de <http://comunicacion-grafica-cb.blogspot.mx/2011/08/proceso-de-la-comunicacion.html>

Tena Parera, D. (2005). *Diseño Gráfico y Comunicación*. [s.l.]: Edit. Pearson Educación.